

POLA KONSUMSI BERITA DAN TINGKAT LITERASI MEDIA PADA GENERASI Z DI KOTA GARUT

Muhammad Reza Nugraha ^{1,*}; Novie Susanti Suseno ²; Rosanti Utami Dewi Suyatman Yatnosaputra ³

^{1,2,3} Universitas Garut, Garut, Indonesia; 24071121080@fkoinfo.uniga.ac.id¹,

noviesusantisuseno@uniga.ac.id², rosantiutamidewi@uniga.ac.id³

*Correspondence : 24071121080@fkoinfo.uniga.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi berita, terutama di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi berita dan tingkat literasi media Generasi Z di Kota Garut. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 90 responden yang terdiri atas pelajar SMA/SMK, mahasiswa, dan pekerja. Hasil menunjukkan bahwa 82% responden lebih sering mengakses berita melalui media digital, terutama TikTok dan Instagram, dibandingkan media konvensional seperti televisi. Meskipun demikian, 64% responden menyatakan lebih mudah memahami isi berita dari media konvensional. Dalam dimensi verifikasi, 71% responden lebih sering memeriksa kebenaran informasi dari media digital dibandingkan konvensional. Temuan ini mendukung teori Uses and Gratifications, di mana khalayak secara aktif memilih media sesuai kebutuhan dan preferensinya. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi media digital dan merekomendasikan program pendidikan literasi media yang adaptif terhadap platform digital populer, guna membentuk generasi yang kritis dan reflektif dalam menyikapi informasi di era digital.

Kata kunci

Generasi Z, Literasi Media, Media Digital, Media Konvensional, Pola Konsumsi Berita

ABSTRACT

The development of information technology has changed the pattern of news consumption, especially among Generation Z. This study aims to analyze the news consumption patterns and media literacy levels of Generation Z in Garut City. The approach used is descriptive quantitative, with data collected through questionnaires administered to 90 respondents consisting of high school/vocational students, university students, and workers. The results show that 82% of respondents more frequently access news through digital media, particularly TikTok and Instagram, compared to conventional media such as television. Nevertheless, 64% of respondents stated that they find it easier to understand news content from conventional media. In the verification dimension, 71% of respondents more often check the accuracy of information from digital media compared to conventional media. These findings support the Uses and Gratifications theory, which states that audiences actively select media according to their needs and preferences. This study contributes to the development of digital media literacy and recommends media literacy education programs that are adaptive to popular digital platforms, aiming to cultivate a critical and reflective generation in responding to information in the digital era.

Keywords

Conventional Media, Digital Media, Generation Z, Media Consumption Patterns, Media Literacy

Pendahuluan

Generasi Z, yang tumbuh bersama teknologi digital, lebih memilih media sosial dan platform online sebagai sumber utama informasi, karena dinilai lebih sesuai dengan gaya hidup mereka (Siregar, 2022). Sebelum era digital, berita diakses melalui media cetak, radio, dan televisi. Dengan berkembangnya teknologi, khususnya internet, terjadi perubahan signifikan dalam produksi dan penyebaran berita lewat konvergensi media—integrasi antara media massa konvensional dan teknologi digital yang interaktif. Konvergensi ini mendorong media tradisional untuk beradaptasi dan bertransformasi agar tetap memiliki relevansi (Deti & Matondang, 2024). Meskipun demikian, televisi tetap menjadi pilihan utama bagi sebagian masyarakat Indonesia (Sofwan et al., 2025). Di sisi lain, kehadiran internet dan media sosial telah mengubah cara konsumsi berita, terutama di antara Generasi Z. Mereka lebih menyukai informasi visual yang padat dan mudah dipahami, seperti gambar atau video pendek, sejalan dengan ciri khas digital yang melekat pada generasi ini (Alisty, 2022), preferensi Generasi Z telah bergeser ke arah konten visual yang singkat dan mudah dipahami seperti gambar dan video pendek (Belvar et al., 2024), sejalan dengan karakteristik konsumsi informasi mereka di era digital.

Pola konsumsi berita sendiri merujuk pada kebiasaan dan preferensi khalayak dalam memilih, mengakses, serta merespon berbagai jenis media dan konten beritafaktor ini tidak hanya ditentukan oleh jenis media yang digunakan. melainkan intensitas penggunaan, jenis berita diminati, serta motif individu dalam mengonsumsi informasi. Mustika dan Andris (2023) menyatakan bahwa “pola konsumsi berita ini dapat dioperasikan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan” (hlm. 2). Pemahaman terhadap pola ini sangat penting, terutama dalam konteks Generasi Z, untuk mengidentifikasi bagaimana mereka menavigasi proses penyampaian informasi yang begitu masif dan cepat berubah.

Sementara itu, literasi media merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses, memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang diterimanya. Literasi media tidak hanya mencakup pemahaman terhadap isi berita, melainkan juga kesadaran akan konteks produksi informasi, termasuk potensi bias, kepentingan ekonomi politik media, serta kemampuan untuk membedakan fakta dan opini. Seperti yang dijelaskan Devito (dalam Purwaningtiyas, 2019), literasi media merupakan bentuk empowerment agar konsumen dapat menggunakan media secara cerdas, sehat, dan aman. Dalam era digital, arus informasi begitu cepat, kemampuan literasi media menjadi sangat penting agar masyarakat, terutama Generasi Z, tidak mudah terpengaruh oleh misinformasi atau hoaks.

Kemajuan teknologi dan cara kerja jurnalistik memungkinkan wartawan untuk terus menyajikan informasi terbaru secara cepat dengan adanya peristiwa atau informasi yang bernilai berita di lapangan. Salah satu wujud nyata konvergensi media di Indonesia adalah perusahaan media Kompas. Sebelumnya, Kompas muncul dalam format cetak, yaitu surat kabar. Setelah menggabungkan dari media sebelumnya, manajemen internal perusahaan Kompas mulai memperkenalkan situs berita Kompas.com, saluran Youtube Kompas TV, dan versi digital Kompas. Dengan kehadiran media online seperti Kompas.com, Tribunnews.com, dan media daring lainnya. Pola

konsumsi berita masyarakat mengalami perubahan, masyarakat dapat memanfaatkan gadget untuk mengakses informasi, membagikannya kepada orang lain, serta berdiskusi mengenai berita yang sedang ramai dibicarakan. Terlebih lagi, keberadaan konvergensi media juga menandakan peningkatan persaingan antar media dari yang memprioritaskan kecepatan hingga menyajikan konten beragam dan menarik. Secara singkat *media convergence* tidak hanya memengaruhi proses jurnalisme dan perusahaan media saja, tetapi juga mempengaruhi dalam kehidupan masyarakat, dari cara orang mengonsumsi berita hingga signifikansi literasi media dalam era sekarang (Putri, 2021).

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan IDN Research Institute dan Populix pada September 2022, Genrasi Z merupakan individu yang dikategorikan lahir pada periode 1997 sampai 2012, menempati kelompok terbesar yang mendominasi dengan total 27,94% dari jumlah populasi, yaitu 74,93 juta orang. Keberartian generasi ini bahkan bisa lebih tinggi daripada generasi milenial, dengan 25,87 persen dari keseluruhan populasi atau 69,38 juta individu. Data survei menunjukkan bahwa sekitar 42 persen Generasi Z sering mengakses digital publishing dalam satu bulan terakhir, dan hanya 4 persen orang yang masih mengonsumsi koran konvensional, terutama dari kelompok Gen Z yang lebih tua (RF, 2022).

Hal ini juga tercermin dengan data dari sensus penduduk di Kabupaten Garut pada tahun 2020 yang dikutip melalui situs Infogarut (Infogarut, 2024), bahwa Generasi Z dan Milenial merupakan kelompok yang mendominasi di Kabupaten Garut, dengan jumlah mencapai 781.327 komposisi Generasi Z mendominasi di Kabupaten Garut. Sementara itu, komposisi Generasi Milenial mencapai 53.175 penduduk, sehingga lebih dari 50% penduduk Kabupaten Garut terdiri dari Gen Z dan Milenial. Generasi Z di kabupaten Garut memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan media digital, dengan Generasi Z sebagai penduduk yang dominan dalam mengakses platform digital, mengikuti kecenderungan yang ada di tingkat nasional, dimana mereka juga menjadi kelompok terbesar yang mengonsumsi *digital publishing* dibandingkan dengan media konvensional seperti koran. Literasi media menjadi kompetensi kunci bagi Generasi Z dalam menyaring dan mengkritisi berbagai informasi yang mereka terima, terutama di tengah derasnya arus informasi digital yang tidak selalu dapat dipercaya. Tantangan berupa hoaks, *overload* informasi, dan fragmentasi berita menuntut individu memiliki kemampuan literasi media yang tinggi agar dapat berperan aktif dan kritis dalam menanggapi informasi. Selain itu, peran media sosial sebagai sumber utama berita bagi Generasi Z memperlihatkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi yang turut membentuk cara pandang dan opini mereka terhadap isu-isu terkini.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sucika & Gunawan (2020), dengan memetakan berdasarkan kategori digital natives, immigrants, dan settlers. Namun, penelitian ini berfokus pada variasi usia dan latar belakang teknologi, bukan pada hubungan antara konsumsi berita digital dan tingkat literasi media. Dalam konteks tersebut penelitian ini mengkaji Generasi Z secara spesifik di daerah non-metropolitan, yaitu Kota Garut, yang selama ini kurang terwakili dalam studi-studi serupa. Penelitian lain oleh Asmarantika, Prestianta, dan evita (2022), dalam surveinya Generasi Z di Indonesia sangat dipengaruhi oleh akses media digital, terutama media sosial sebagai arus informasi. Penelitian tersebut berfokus pada skala nasional, namun belum secara spesifik menjelaskan perbedaan tingkat pemahaman atau kemampuan kritis Generasi Z dalam menyaring informasi yang mereka konsumsi.

Selain itu, penelitian Deti dan Matondang (2024), yang fokus pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, membandingkan preferensi Generasi Z terhadap media berita tradisional dan digital, tetapi objeknya terbatas. Temuan dari penelitian ini bahwa mereka cenderung lebih cermat terhadap informasi digital, namun penelitian ini belum menggali lebih dalam aspek literasi media secara literatur dan terstruktur. Dengan demikian, penelitian ini fokus pada Generasi Z di Kota Garut sebagai wilayah non metropolitan, yang jarang menjadi objek atau kajian literasi media. Berbeda pada penelitian sebelumnya yang terbatas pada mahasiswa, penelitian ini melibatkan pelajar SMA, Mahasiswa, dan pekerja untuk memberikan gambaran lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga secara spesifik mengkaji hubungan antara pola konsumsi berita dengan tingkat literasi media. Hasilnya dapat memberikan masukan bagi pengembangan program literasi media berbasis lokal yang lebih kontekstual dan efektif.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan perilaku Generasi Z dalam mengonsumsi berita serta pentingnya literasi media dalam menghadapi arus informasi digital. Rumusan masalah dalam kajian ini untuk mengkaji bagaimana pola konsumsi berita Generasi Z di Kota Garut melalui media konvensional dan digital, sejauh mana tingkat literasi media yang mereka miliki dalam memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi, serta sejauh mana konsumsi berita mempengaruhi pandangan terhadap membentuk opini pribadi mereka.

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pola konsumsi berita Generasi z di Kota Garut, menggambarkan tingkat literasi media yang mereka miliki dalam mengakses informasi dari media konvensional dan digital, serta mengetahui sejauh mana konsumsi berita mempengaruhi pandangan pribadi dan wawasan mereka terhadap perkembangan isu terkini. Secara umum, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan pola konsumsi berita pada Generasi Z akibat perkembangan teknologi informasi.

Kondisi ini selaras dengan teori komunikasi massa, yaitu *uses and gratifications* yang dikembangkan oleh Katz, Blumer, dan Gurevith. Pendekatan teori ini menggambarkan individu sebagai entitas yang berpartisipasi secara proaktif dalam menentukan dan memanfaatkan media sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya. Dalam kerangka ini, khalayak tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga secara sadar menentukan jenis media dan isi yang dikonsumsi untuk memenuhi kepentingan pribadi, baik untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, identitas personal, maupun integrasi sosial (Nurhadi, 2017). Pemanfaatan media oleh Generasi Z mencerminkan ciri khas generasi ini yang dikenal dengan gaya hidup digital, kemampuan multitasking, serta orientasi terhadap kecepatan dan kenyamanan. Mereka lebih memilih platform digital dibanding media konvensional, karena dianggap lebih efisien dan sesuai dengan preferensi terhadap konten visual yang ringkas serta mudah dipahami. Teori ini muncul sebagai kritik terhadap pendekatan sebelumnya yang memandang audiens secara pasif, seperti dalam model jarum hipodermik. Dalam pendekatan *uses and gratifications*, menekankan peran individu dalam memanfaatkan media sesuai dengan tujuan dan kepentingan mereka, bukan sebaliknya. Media dianggap bersaing dengan berbagai sumber lain dalam memenuhi kebutuhan khalayak, dan keberhasilan media dalam menarik perhatian bergantung pada kemampuan individu dalam mengaitkan kebutuhan tersebut dengan penggunaan media yang relevan. Teori ini tidak hanya berbicara tentang penggunaan media, tetapi juga bagaimana media itu berdampak pada

pemenuhan kebutuhan yang lebih luas, termasuk kebutuhan akan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Metode

Penelitian ini berlandaskan pada pendekatan kuantitatif deskriptif, yang didasarkan pada pilosofi positivisme. Pendekatan ini diterapkan untuk melakukan penelitian pada populasi sampel dengan tujuan untuk mengumpulkan data secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta yang diselidiki (Sugiono, 2018). Populasi dalam studi ini mencakup seluruh Generasi Z yang berada di Kota Garut, khususnya di kalangan siswa SMA/ SMK/ MA, Mahasiswa dan Pekerja. Pengolahan data dilakukan secara manual dengan bantuan Microsoft Excel. Fokus analisis diarahkan pada perhitungan frekuensi dan persentase dari setiap variabel yang diteliti, guna memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap setiap indikator dalam kuisisioner.

Penelitian ini mengumpulkan data melalui pengukuran instrumen yang telah teruji validitas dan reabilitasnya, seperti kuisisioner, wawancara terstruktur, atau observasi sistematis (Shavab, 2020). Data diperoleh melalui kuisisioner yang disusun dengan cara mengadaptasi instrumen dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deti dan Matondang (2024). Instrumen tersebut dipilih karena telah teruji valid dan realibel dalam penelitian aslinya, serta relevan dengan tujuan penelitian ini. Kuisisioner terdiri dari dua variabel utama, yaitu: variabel X (Pola konsumsi berita) diukur menggunakan sembilan aspek pertanyaan, Variabel Y (Literasi Media) yang diukur menggunakan delapan aspek pertanyaan. Format kuisisioner mencakup pertanyaan tertutup yang menggunakan jawaban skala liker atau tingkat kesetujuan, serta pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan alasan atau pendapat pribadi terhadap pilihan jawaban, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi alasan yang mendasari pilihan responden. Selain itu, kuisisioner yang disusun telah melalui proses telaah ahli (expert judgment) untuk menilai kesesuaian isi dari setiap butir pertanyaan dengan indikator teoritis.

Penelitian ini berfokus pada Generasi Z di Kota Garut dengan jumlah populasi sebanyak 181,322 orang, Generasi ini umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, sehingga pada tahun 2025 mereka berusia antara 13 hingga 28 tahun. Kelompok usia ini dipilih karena merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital, serta memiliki karakteristik sebagai pengguna aktif media, baik media konvensional maupun digital. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin untuk menentukan sampel yang diambil dapat mewakili populasi Generasi Z di Kota Garut. Dengan mempertimbangkan margin of error sebesar 10% (0,1), maka hasil total sampel yang diperoleh adalah 88,7 atau dibulatkan menjadi 90 responden dari hasil perhitungan. Untuk memastikan keterwakilan setiap kelompok dalam Generasi Z, sampel dibagi secara proposional ke dalam tiga kategori utama, yaitu Siswa SMA/SMK/MA sebanyak (30%) 27 orang, Mahasiswa sebanyak (40%) 36 orang, dan pekerja sebanyak (30%) 27 orang. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggabungkan hasil jawaban dari seluruh responden tanpa membedakan secara signifikan antara siswa SMA/SMK, Mahasiswa, dan pekerja, dengan asumsi bahwa semuanya mewakili Generasi Z di Kota Garut secara keseluruhan.

Keabsahan data dengan penggunaan instrumen yang teruji validitas dan reabilitasnya, seperti kuisisioner yang telah dikembangkan dengan referensi yang tepat,

wawancara terstruktur dan sistematis. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan perspektif yang lebih menyeluruh tentang pola konsumsi media dan kemampuan literasi yang dimiliki oleh Generasi Z di Kota Garut, serta guna mendapatkan pemahaman yang lebih besar mengenai tantangan sosial dan perilaku media yang berkembang saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini disajikan melalui serangkaian tabel yang mempresentasikan distribusi data pada masing-masing variabel yang diteliti. Tabel-tabel tersebut disusun untuk menunjukkan jumlah responden, persentase pilihan jawaban, serta kecenderungan dalam merespons serta indikator dalam penelitian. Penyajian data dalam format tabel bertujuan untuk memperjelas hasil temuan, memperlancar proses analisis, serta mendukung penyusunan interpretasi penarikan kesimpulan yang sistematis dan terstruktur.

Setiap tabel disusun secara sistematis untuk memungkinkan hubungan antar variabel, pola distribusi data serta kecenderungan jawaban responden berdasarkan kategori demografis tertentu. Melalui penyajian ini, diharapkan dapat memperoleh gambaran yang lebih objektif mengenai konsumsi berita dan tingkat literasi media yang diteliti. Dengan demikian, tabel tidak hanya berfungsi sebagai penyaji data, melainkan juga sebagai dasar untuk mendukung pembahasan dan kesimpulan secara keseluruhan.

Pola Konsumsi Berita

Konsumsi berita merujuk pada cara individu mengakses dan menyerap informasi terkait peristiwa yang terjadi disekitar mereka, yang berasal dari berbagai saluran media. Di era digital seperti sekarang, media yang digunakan untuk mengakses berita sangat beragam, mulai dari media konvensional termasuk televisi dan surat kabar, hingga media digital misalnya situs web berita dan platform media sosial. Dengan perkembangan teknologi, pola konsumsi berita pun mengalami pergeseran terutama di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z. Hasil penelitian mengenai pola konsumsi berita oleh Generasi Z menunjukkan adanya perbedaan frekuensi antara media konvensional dan digital. Hasilnya seperti yang tertera dalam tabel 1 menunjukkan, Pada kategori media digital, mayoritas responden berada di kategori sering 53% (43 orang) dalam mengakses berita dan 30% (30 orang) frekuensi sangat sering, sementara itu, pada media konvensional, 27,8% (28 orang) persentase responden yang mengakses berita dengan frekuensi sering dan 2,2% (2 orang) dengan frekuensi dangat sering. Pada kategori jarang dan kadang kadang lebih banyak ditemukan pada media konvensional, masing masing sebesar 31,1% (28 orang) dan 35,6%, (32 orang) sedangkan pada media digital hanya 5,6% (5 orang) jarang dan 10% (9 orang) kadang-kadang responden dalam mengkonsumsi berita. Hal ini memperlihatkan bahwa Generasi Z cenderung lebih aktif dan rutin mengakses berita melalui platform digital dibandingkan media konvensional. Selain itu, responden yang tidak pernah mengakses berita baik dari media konvensional dan digital tercatat sangat kecil, yaitu 3,3% (3 orang) untuk media konvensional dan 1,1% (1 orang) untuk media digital.

Temuan ini memperkuat teori *uses and gratifications* dimana khalayak dipandang secara aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan informasi, hiburan, serta kemudahan akses yang ditawarkan (Nurhadi, 2017). Generasi Z yang lahir di era digital lebih memilih media digital karena dianggap lebih cepat, praktis, dan sesuai dengan gaya

hidup mereka yang multitasking serta mobile . selain itu, fenomena ini juga didukung oleh konsep media convergence dari Jenkins dalam Alisty (2022), yang menyebutkan bahwa korvegensi media memungkinkan informasi disebarkan melalui berbagai paltform digital secara cepat dan interaktif, sehingga menarik minat generasi muda. Hasil ini juga memperkuat penelitian Asmarantika, Prestiandina dan Evita (2022) yang menemukan bahwa generasi Z di indonesia lebih sering terpapar berita secara tidak sengaja di media sosial, dan cenderung memilih platform digital ketimbang media konvensional karena lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Tabel 1. Distribusi Konsumsi berita konvensional dan digital

| No. | Keterangan | Konsumsi sumber berita konvensional & digital | | | |
|-------|---------------|---|-------|---------------|-------|
| | | Media konvensional | | Media digital | |
| 1. | Tidak pernah | 3 | 3,3% | 1 | 1,1% |
| 2. | Jarang | 28 | 31,1% | 5 | 5,6% |
| 3. | Kadang kadang | 32 | 35,6% | 9 | 10% |
| 4. | Sering | 28 | 27,8% | 48 | 53,3% |
| 5. | Sangat sering | 2 | 2,2% | 27 | 30% |
| Total | | 90 | 100% | 90 | 100% |

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Selanjutnya, terkait pertanyaan Seberapa besar berita dari media digital memengaruhi pandangan pribadi Anda. Mayoritas responden memilih besar 45,6% (41orang), 16,7% memilih sangat besar pengaruh media digital terhadap pandangan pribadi, kemudian 35% memilih netral (32 orang). Hal ini menunjukkan bahwa berita dari media digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pandangan pribadi, meskipun dengan tingkat yang bervariasi. Sebagian besar responden menganggap kredibilitas berita di media digital sangat mempengaruhi cara berfikir mereka, seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden “ Karena berita di media sosial dapat memengaruhi persepsi publik, jadi kalau beritanya punya kredibilitas yang kuat, dampaknya juga besar ke cara berpikir masyarakat yang membaca”. Sementara itu, sebesar 2,2% (2 orang) memilih kecil terhadap pengaruh berita terhadap pandangan pribadi dan tidak ada yang menjawab pada kategori tidak terpengaruh. Temuan ini memperlihatkan adanya pengaruh besar dari berita digital terhadap sebagian pandangan pribadi mereka, meskipun dalam tingkat yang bervariasi.

Adapun pada pertanyaan selanjutnya mengenai seberapa besar berita dari media konvensional mempengaruhi pandangan pribadi mereka. Tujuannya untuk mengukur sejauh mana media konvensional masih mempengaruhi pandangan pribadi Generasi Z, dibandingkan dengan pengaruh media digital yang lebih dominan saat ini. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih kategori netral sebanyak 51,1% responden merasa ada pengaruh terhadap opini pribadi mereka, 25,6% memilih kategori besar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa pengaruh media konvensional terhadap pandangan pribadi mereka cukup besar, tergantung pada isi dan sumber beritanya. Salah seorang responden menyatakan “ Pengaruhnya tergantung kredibilitas sumber, cara penyajian, dan seberapa beragam perspektif yang saya dapatkan”. Kemudian pada kategori kecil sebesar 17,8% mempengaruhi pandangan pribadi responden, sementara pada kategori tidak berpengaruh sebesar 3,3% (3 orang) responden merasa tidak terpengaruh, dan hanya 2,2% responden memilih sangat besar

pengaruh berita dari media konvensional terhadap pandangan pribadi mereka, temuan ini menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh lebih besar terhadap pandangan pribadi responden dibandingkan media konvensional. responden lebih banyak terpengaruh oleh berita digital karena kecepatan penyebarannya dan kredibilitas sumbernya. Sementara itu, media konvensional mempengaruhi pandangan pribadi responden dalam tingkat yang lebih kecil, dengan banyak yang memilih netral dan lebih selektif dalam menyikapi informasi yang diterima. Faktor kredibilitas dan keberagaman perspektif menjadi penting dalam menentukan pengaruh berita.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan adalah mengenai frekuensi responden dalam berdiskusi atau berkomentar mengenai berita yang mereka temui, baik dari media konvensional dan digital. Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi responden dalam berdiskusi atau berkomentar mengenai berita yang mereka konsumsi, baik dari media konvensional, maupun digital. Selain itu, pertanyaan ini juga dimaksudkan untuk melihat sejauh mana partisipasi aktif dan keterlibatan responden dalam menanggapi isu-isu aktual di lingkungan sosial mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa 43,3% responden cenderung memilih kadang-kadang dalam berdiskusi berita yang mereka konsumsi, selanjutnya 24,4% responden memilih jarang, dan 21% responden memilih sering. Hanya 7,8% memilih sangat sering berdiskusi atau berkomentar mengenai berita yang mereka temui. Sedangkan 2,3% memilih tidak pernah berinteraksi mengenai berita yang mereka konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden aktif dalam mengonsumsi berita, frekuensi keterlibatan mereka dalam berdiskusi atau memberikan komentar cenderung rendah, yang bisa mengidentifikasi keterlibatan dalam partisipasi aktif terkait isu-isu aktual di lingkungan sosial mereka.

Pada pertanyaan jenis berita dari media konvensional yang sering digunakan, hasil temuan yang tercantum pada tabel 2 ditunjukkan dengan persentase 100% (90 orang) responden menggunakan televisi sebagai media konvensional yang paling banyak mereka gunakan. Temuan ini mendukung perspektif banyak responden yang menganggap televisi berperan sebagai saluran yang efektif dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Hal ini diperkuat dengan pernyataan responden bahwa "Televisi dapat menyajikan informasi secara bersamaan antara gambar dan suara. Unsur visual pada televisi lebih menarik perhatian dibandingkan unsur suara saja seperti pada radio. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat dapat menyaksikan siaran langsung dari tempat yang jauh". Oleh karena itu, televisi tidak hanya menjadi sumber utama informasi, tetapi juga telah menjadi kebutuhan bagi banyak orang.

Selanjutnya terkait jenis media digital yang paling sering digunakan, hasil menunjukkan bahwa aplikasi Tiktok menjadi platform utama yang paling banyak diminati responden dengan total 42,2% (38 orang) memilih platform aplikasi Tiktok untuk mengonsumsi berita yang mereka pilih. Responden menilai penyampaian berita di Tiktok terkesan lebih santai, cepat, informatif, dan mudah di cari serta di pahami. Diikuti dengan aplikasi Instagram juga cukup populer dengan mencapai 37,8% (34 orang) responden menggunakannya sebagai sumber berita digital, hal ini diperkuat oleh salah satu responden yang mengungkapkan bahwa "*instagram kini menjadi salah satu platform untuk mengakses berita, terutama melalui akun media resmi, jurnalis independen, dan konten berbasis visual seperti infografis atau video singkat. Berita yang disajikan biasanya ringkas, mudah dipahami, dan cepat menyebar, mencakup topik seperti berita terkini, isu sosial, politik, hingga gaya hidup. Namun, karena sifatnya yang cepat*

trending, verifikasi sumber tetap penting untuk menghindari misinformasi". Disamping itu, Twitter dipilih responden sebesar 13,3% (12 orang) untuk mengakses berita. Walaupun tidak sebesar Tiktok dan Instagram, Twitter tetap memiliki peran penting dalam distribusi berita terkini, terutama dalam format singkat dan cepat. Sementara Facebook dan Youtube masing-masing dipilih oleh 2,2% (2 orang) responden, sementara media online seperti Tribunnews.com, Detik.com, Kompas.com hanya dipilih 2,2% (2 orang) responden untuk mengkonsumsi berita dari media online.

Tabel 2. Jenis Media Yang Digunakan

| Jenis Media | Responden | Persentase |
|--|-----------|------------|
| Televisi | 90 | 100% |
| Koran | - | - |
| Majalah | - | - |
| Radio/Podcast | - | - |
| Instgram | 34 | 37,8% |
| Tiktok | 38 | 42,2% |
| Facebook | 2 | 2,2% |
| Twitter | 12 | 13,3% |
| Youtube | 2 | 2,2% |
| Media onlien (Tribunnews.com, Detik.com, Kompas.com, dll | 2 | 2,2% |

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Durasi konsumsi berita mengacu berapa lama waktu yang dihabiskan individu untuk mengakses dan mengikuti informasi terkini setiap harinya. Durasi ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti preferensi media, kebutuhan informasi, dan seberapa sering individu merasa perlu untuk mengikuti perkembangan berita. Dengan perkembangan media digital yang semakin pesat, durasi konsumsi berita juga bisa lebih fleksibel, tergantung pada platform yang digunakan dan bagaimana individu mengakses informasi tersebut. Pada pertanyaan terkait berapa lama durasi berita yang mereka konsumsi setiap harinya, mayoritas responden sebesar 44,4% (40 orang) menghabiskan waktu sekitar 10–30 menit per hari. Selanjutnya sebanyak 22,2% (20 orang) mengakses berita selama 30–60 menit perhari. Hal ini mencerminkan kebiasaan konsumsi yang lebih relatif seimbang dalam mengakses informasi, baik itu dalam media konvensional maupun digital, sementara itu, sebesar 12,2% (11 orang) responden menghabiskan waktu untuk mengonsumsi berita antara 30 menit hingga 60 menit setiap harinya, dan 21,1% (19 orang) kurang dari 10 menit dalam mengonsumsi berita setiap harinya. Temuan ini mencerminkan kecenderungan konsumsi yang berita bervariasi, di mana sebagian besar Generasi Z cenderung menghabiskan waktu relatif singkat, namun cukup konsisten untuk mengikuti informasi yang berkembang.

Pola konsumsi berita pada Generasi Z di Kota Garut menunjukkan dominasi penggunaan media digital, khususnya media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Youtube, sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi. Sebanyak 83,3% responden tercatat mengakses berita melalui platform digital secara sering hingga sangat sering, sementara penggunaan media konvensional seperti Televisi dan koran mengalami perubahan signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Asmarantika et al., (2022) menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z di Indonesia menghabiskan lebih

dari 8 jam per hari untuk mengakses berita, dengan media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh berita dan informasi. Hal ini juga konsisten dengan penelitian Suciska dan Gunawibawa (2020), yang menunjukkan bahwa media digital natives- termasuk Generasi Z cenderung lebih aktif menggunakan berbagai platform digital untuk memperoleh berita, karena kemampuan mereka dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital. Bahkan Deti dan Matondang (2024), mencatat bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi yang tergolong Generasi Z lebih memilih konten visual dan instan yang disajikan oleh media sosial dibandingkan berita dari media cetak maupun televisi.

Namun demikian, meskipun akses terhadap berita digital sangat tinggi, partisipasi Generasi Z dalam diskusi publik masih tergolong sedang. Dalam studi ini hanya 7,8% responden yang secara aktif terlibat dalam diskusi atau komentar terhadap berita yang mereka konsumsi, sementara sebagian besar hanya melakukannya dalam frekuensi jarang. Lebih lanjut, mayoritas responden mengungkapkan bahwa berita yang mereka akses di media digital memiliki pengaruh lebih besar terhadap pandangan pribadi dibandingkan berita dari media konvensional. Hal ini menandakan bahwa algoritma dan model penyajian informasi yang personal pada platform digital turut membentuk cara berfikir dan sikap Generasi Z terhadap isu-isu sosial.

Dengan demikian, pola konsumsi berita Generasi Z di Kota Garut memperlihatkan konsistensi dengan tren nasional, namun juga menggarisbawahi perlunya peningkatan literasi media dan digital di lingkungan pendidikan, khususnya di sekolah, agar generasi muda memiliki kemampuan untuk memilah dan menganalisis informasi secara kritis dan bertanggung jawab. Di sisi lain, media dituntut untuk beradaptasi dengan pola konsumsi digital masyarakat dengan menyajikan konten yang akurat, kredibel, dan edukatif melalui platform media sosial yang menjadi saluran utama akses informasi.

Literasi Media

Literasi media mengacu pada kecakapan individu dalam mengakses, menganalisis, dan memahami informasi yang dipaparkan melalui berbagai platform media, baik itu media digital maupun konvensional. Dalam konteks konsumsi berita, literasi menjadi penting karena mempengaruhi sejauh mana audiens dapat menyaring dan menilai kualitas informasi yang mereka terima. Hal ini sejalan dengan pendapat Potter yang menyatakan "Media literacy is a set of perspectives that we actively use to expose ourselves to the media to interpret the meaning of the messages we encounter" (Restianty 2018). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa literasi media merupakan cara berfikir aktif dan kritis saat berhadapan dengan media. Artinya, kita tidak hanya menerima informasi, tetapi juga menafsirkan makna di balik pesan secara sadar, agar tidak mudah terpengaruh oleh isi media.

Dimensi kognitif: Sedang

Dalam konteks literasi media, menganalisis seberapa besar responden memahami isi berita dari media konvensional maupun digital. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 40% (36 orang) responden merasa kadang-kadang memahami isi berita digital, diikuti dengan 27,8% (25 orang) merasa jarang memahami berita digital, sementara 22,2% (20 orang) merasa sering memahaminya, dan 6,7% (6 orang) merasa sangat sering memahaminya. Hanya sebesar 3,3% (3 orang) yang merasa tidak pernah memahami isi berita dari media digital. Sementara untuk media konvensional, sebanyak 46,7% (42 orang) merasa besar terhadap pemahaman berita yang mereka baca, selain itu, sebanyak 27,6% (25 orang) merasa kadang-kadang memahami berita dari media konvensional, dan 20% (18 orang) merasa sangat memahaminya. Hanya 5,6% (5 orang) yang

menjawab jarang. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman Generasi Z terhadap nbaik dari media konvensional maupun digital cukup beragam. Sebagian responden kadang kadang memahami berita dari media digital, sedangkan dalam media konvensional cenderung mudah dipahami.

Tabel 3. Pemahaman Isi Berita Konvensional dan Digital

| No. | Keterangan | Pemahaman isi berita | | | |
|-----|---------------|----------------------|--------|---------------|--------|
| | | Media konvensional | | Media digital | |
| 1. | Tidak pernah | 3 | 3,3 % | 0 | 0 |
| 2. | Jarang | 25 | 27,8 % | 5 | 5,8 % |
| 3. | Netral | 36 | 40 % | 25 | 27,8 % |
| 4. | Sering | 20 | 22,2 % | 42 | 46,7 % |
| 5. | Sangat sering | 6 | 6,7 % | 18 | 20 % |
| | Total | 90 | 100% | 90 | 100% |

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Pembahasan selanjutnya terkait keandalan sumber berita, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan persepsi antara media konvensional dan digital. Untuk media konvensional seperti televisi, koran, dan radio/podcast, sebesar 45,6% (56 orang) mayoritas responden memilih netral dalam keandalan berita dari media konvensional. Selain itu, sebanyak 40% (36 orang) responden menyatakan percaya, dan 13,3% (6 orang) menyatakan sangat percaya terhadap keandalan sumber berita konvensional. Hanya 1,1% (1 orang) yang menyatakan tidak percaya, serta tidak ada responden yang memilih sangat tidak percaya. Disisi lain, media modern seperti media sosial dan portal berita online mendapatkan respon yang lebih beragam. Sebagian besar responden memilih netral dengan persentase 62,2% (56 orang) untuk keandalan berita dari media digital, yang menunjukkan sikap hati-hati atau kurangnya kejelasan dalam menilai keandalan media ini. Sementara itu, 26,7% (24 orang) menyatakan percaya, dan 6,7% (6 orang) sangat percaya terhadap keandalan sumber berita modern. Sebaliknya, sebesar 4,4% (4 orang) merasa tidak percaya, namun tidak ditemukan responden yang menyatakan sangat tidak percaya terhadap keandalan berita dari media modern. Temuan ini menunjukkan bahwa, meskipun media digital menjadi platform yang lebih sering diakses oleh responden, media konvensional masih dipandang sebagai sumber informasi yang lebih kredibel. Tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap media konvensional mencerminkan persepsi bahwa media tersebut lebih kredibel dan terverifikasi. Sementara itu, sikap neral yang dominan terhadap keandalan media digital mengidentifikasi adanya keraguan atau ketidak hati-hatian dalam menerima informasi yang disampaikan, kemungkinan besar disebabkan oleh maraknya misinformasi dan kurangnya kontrol terhadap validitas konten di platform digital.

Dimensi Evaluatif: Rendah

Dalam literasi media, salah satu aspek penting selain memahami isi berita adalah kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Hal ini menjadi sangat mengingat pesatnya perkembangan era digital saat ini, di mana informasi tersebar cepat melalui berbagai platform media sosial maupun digital. Namun, tidak semua konten berita memenuhi prinsip etika jurnalistik dan verifikasi informasi. Susanto et al (2020) mencatat bahwa "*plagiarm, lack of verification,*

and unthcal journalistic practices have drastically increased in several countries,” yang menunjukkan perlunya sikap kritis dalam mengonsumsi berita daring. Sejalan dengan hal tersebut, pertanyaan terkait dengan seberapa sering responden memverifikasi kebenaran berita yang mereka temui. Untuk media digital, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4, mayoritas responden mengaku sering memverifikasi kebenaran berita sebelum menyebarkannya dengan total persentase 37,8% (34 orang), diikuti dengan pilihan sangat sering dengan persentase 17,8% (16 orang) sebanyak 25,6% responden memilih kadang kadang, sementara 15,6% (14 orang) jarang memverifikasi berita, dan 3,3% (3 orang) menyatakan tidak pernah memverifikasi berita digital. Sementara itu, untuk media konvensional, sebagian besar responden memilih kadang kadang dengan persentase sebesar 32,2% (29 orang) dalam memverifikasi berita dari media konvensional sebelum menyebarkan. Diikuti oleh 30% (27 orang) yang sering memverifikasi, dan 10% (10 orang) yang sangat sering memverifikasi berita. Meskipun demikian, 20% (18 orang) responden mengaku jarang memverifikasi berita dari media konvensional, dan 7,8% (7 orang) tidak pernah memverifikasi kebenaran dari media konvensional.

Tabel 4. Verifikasi Berita Konvensional dan Digital

| No. | Keterangan | Verifikasi berita | | | |
|-------|---------------|--------------------|-------|---------------|--------|
| | | Media konvensional | | Media digital | |
| 1. | Tidak pernah | 7 | 7,9 % | 3 | 3,3% |
| 2. | Jarang | 18 | 20,2% | 14 | 15,6 % |
| 3. | Netral | 29 | 32,6% | 23 | 25,6 % |
| 4. | Sering | 26 | 29.2% | 34 | 37,8 % |
| 5. | Sangat sering | 9 | 10,1% | 16 | 17,8% |
| Total | | 90 | 100% | 90 | 100% |

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Dimensi Kritis: Sedang

Terkait dengan kontribusi berita terhadap peningkatan pengetahuan responden mengenai isu terkini, tujuannya untuk mengetahui sejauh mana berita, baik dari media konvensional maupun digital, mempengaruhi opini atau pandangan pribadi responden hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa konsumsi berita berkontribusi pada peningkatan pengetahuan mereka. Sebanyak 48,9% (44 orang) setuju bahwa berita berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan mereka, dan 20% (18 orang) sangat setuju dengan hal itu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden merasa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber berita sangat membantu dalam memperluas wawasan mereka mengenai perkembangan terkini. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden, bahwa “Konsumsi berita secara rutin berkontribusi besar dalam meningkatkan pengetahuan tentang isu-isu terkini. Dengan mengikuti berita dari berbagai sumber, seseorang dapat memahami perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan budaya secara lebih luas”. Di sisi lain, 31,1% (28 orang) responden memilih netral, yang berarti mereka merasa yakin bahwa konsumsi berita berperan besar dalam meningkatkan pengetahuan mereka.

Selanjutnya pada pertanyaan pengaruh berita terhadap opini pribadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sadar dan sangat sadar

akan dampak berita yang mereka konsumsi, baik dari media konvensional maupun digital. Sebanyak 43,3% (39 orang) responden merasa sadar, sementara 31,1% (28 orang) merasa sangat sadar mengenai pengaruh berita terhadap opini mereka. Pernyataan ini diperkuat oleh salah satu responden "Saya sadar bahwa media konvensional maupun digital memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik terhadap suatu isu. Cara penyajian berita, pemilihan narasumber, serta penggunaan bahasa dan visual dapat membentuk persepsi masyarakat". Hal ini juga mendukung temuan penelitian Asmarantika et al., (2022), yang menunjukkan bahwa konsumsi media digital oleh generasi Z tidak hanya sekedar untuk memperoleh informasi, tetapi juga untuk membentuk opini pribadi yang akhirnya berpengaruh pada sikap dan tindakan mereka. Sisanya sebanyak 25,6% (23 orang) responden memilih cukup sadar, yang menunjukkan bahwa mereka menyadari adanya pengaruh terhadap opini pribadi mereka. Hasil ini mencerminkan kesadaran yang meningkat tentang bagaimana media, baik media konvensional maupun digital, mempengaruhi pandangan dan opini mereka terhadap isu terkini.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai literasi media dalam konsumsi berita pada Generasi Z di Kota Garut, dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi media masih bervariasi. Pada dimensi kognitif, mayoritas responden menunjukkan pemahaman yang relatif lebih baik terhadap isi berita dari media konvensional dibandingkan media digital, yang kemungkinan dipengaruhi oleh penyajian berita digital masih belum optimal. Pada dimensi evaluatif, bahwa kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum menyebarkannya masih rendah, baik dalam konteks media konvensional maupun digital. Kondisi ini cukup mengkhawatirkan mengingat tingginya potensi penyebaran hoaks di era digital. Sementara itu, pada dimensi kritis, sebagian besar responden menyadari bahwa konsumsi berita dapat membentuk pengetahuan dan opini pribadi, meskipun belum sepenuhnya merata diseluruh kelompok. Temuan ini mengidentifikasi bahwa meskipun Generasi Z aktif dalam mengakses media, mereka masih membutuhkan penguatan dalam hal verifikasi dan pemikiran kritis agar mampu menjadi konsumen informasi yang cerdas dan bertanggung jawab di tengah perkembangan media yang semakin beragam.

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan pergeseran dalam pola konsumsi berita di kalangan Generasi Z di Kota Garut, dengan preferensi yang beralih dari media konvensional ke platform digital. Pergeseran ini tidak sekedar mencerminkan perubahan teknologi, tetapi juga menandakan transformasi dalam pola konsumsi dan interaksi sosial di kalangan generasi muda. Dalam temuan ini, bahwa tingkat literasi media Generasi Z tergolong sedang, terutama pada dimensi evaluatif, memiliki implikasi penting dalam lanskap informasi saat ini. rendahnya kemampuan dalam mengevaluasi kredibilitas informasi dapat menyebabkan peningkatan kerentanan terhadap hoaks, bias, dan manipulasi informasi, terutama ditengah derasnya arus informasi yang sering kali dikemas secara menarik namun kurangnya validitas. Kondisi ini menghadirkan tantangan penting bagi pengembangan kebijakan literasi digital yang tidak hanya fokus pada akses, melainkan juga mengedepankan peningkatan kemampuan berfikir kritis dan etis. Meskipun tingkat partisipasi aktif Generasi Z dalam menanggapi berita masih tergolong sedang, potensi mereka sebagai agen perubahan dalam ruang lingkup publik digital tetap besar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesadaran dan pemahaman

terhadap isu-isu aktual, tidak semua individu tergerak untuk terlibat secara aktif dalam diskusi publik.

Implikasi dari temuan ini menegaskan pentingnya penguatan literasi media di kalangan Generasi Z. Kemampuan tingkat literasi tidak hanya mencakup kemampuan mengakses informasi, tetapi juga keterampilan berfikir kritis, evaluatif, dan etis dalam menyikapi konten digital. Dengan demikian, Generasi Z dapat menjadi konsumen informasi yang aktif, selektif, cerdas, dan bertanggung jawab dalam menghadapi kompleksitas arus informasi digital saat ini. Potensi mereka untuk memanfaatkan media digital sebagai ruang advokasi, ekspresi, serta pergerakan perbantuan sosial menjadi peluang besar yang perlu difasilitasi dan diberdayakan secara sistematis.

Secara ilmiah penelitian ini memberikan kontribusi pada studi pengembangan kajian literasi media dan perilaku komunikasi generasi muda di era digital. Khususnya di konteks lokal Kota Garut yang belum banyak dieksplorasi dalam kajian sejenis. Penelitian ini juga menawarkan gambaran empiris mengenai hubungan antara pola konsumsi berita, literasi media, dan kesadaran sosial pada Generasi Z, sekaligus memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan atau program literasi digital yang lebih relevan. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup geografis yang sempit, yakni hanya mencakup wilayah Kota Garut, serta pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Oleh karena itu, studi lanjutan dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan pendekatan metodologis yang lebih beragam disarankan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku konsumsi berita dan praktik literasi media di kalangan generasi muda.

Referensi

- Ajiprakoso, S., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Kepuasan Khalayak. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(3), 385–387. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i3.9651>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkm.v6i1>
- Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital: Perbandingan Preferensi Generasi Z Terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 225. <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9454>
- Infogarut. (2024). *Jumlah Komposisi Penduduk Kabupaten Garut Berdasarkan Gender : Penduduk Laki-laki Lebih Banyak Daripada Perempuan*. Infogarut.Id. Retrieved November 12, 2024, from <https://infogarut.id/jumlah-komposisi-penduduk-kabupaten-garut-berdasarkan-gender-penduduk-laki-laki-lebih-banyak-daripada-perempuan>
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Mahagiyani, & Sugiono, SIP., MM., M. (2018). *Buku Ajar METODOLOGI PENELITIAN* (A. Luci Paongan, SE., M (ed.); 2024th ed., p. 36). Poltek LPP Press. [https://repository.polteklpp.ac.id/id/eprint/5059/1/News_20232024_MHY_BAHAN_AJAR_METODOLOGI PENELITIAN \(isbn_4_Maret_2024\).pdf](https://repository.polteklpp.ac.id/id/eprint/5059/1/News_20232024_MHY_BAHAN_AJAR_METODOLOGI PENELITIAN (isbn_4_Maret_2024).pdf)
- Nurhadi, F. N. (2017). *TEORI KOMUNIKASI KONTEMPORER* (Edisi Pertama). K E N C A N A.
- Putri, V. K. M. (2021). *Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya*. KOMPAS.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/27/090000369/konvergensi-media--pengertian-dan-dampaknya>

- RF, N. (2022). *Gen Z Masih Nonton TV Konvensional, Jarang Baca Koran dan Majalah*. IDM TIMES. Retrieved November 12, 2024, from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/nurulia-r-fitri/gen-z-masih-nonton-tv-konvensional-jarang-baca-koran-dan-majalah>
- Suciska, W., & Gunawibawa, E. Y. (2020). Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 249–266. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2484>
- Susanto, E. H., Loisa, R., & Junaidi, A. (2020). Cyber media news coverage on diversity issues in Indonesia. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(4), 510–524. <https://doi.org/10.1080/10911359.2019.1708525>